

NUOVI BUSINESS LA FILM COMMISSION PUNTA A BOLLYWOOD

Lombardia più ricca col cinema In un anno 11 milioni di indotto

Giulia Bonezzi
MILANO

UN ELICOTTERO potrebbe essere al centro di una nuova cartolina cinematografica con sfondo il Duomo. Dopo le pecore che hanno fatto il giro del mondo, e non più come scena finale di un documentario, ma come la prima di un blockbuster cinese. Se andrà in porto la tessitura della Lombardia Film Commission, impegnata a «riacciuffare per i capelli» - testuale il direttore generale Alberto Contri - i manager della China Film, colosso della produzione che fa due terzi del botteghino nel Paese più popoloso al mondo. Volevano Milano per un action movie alla 007 da girare in location di lusso, hanno ripiegato su Parigi dopo esser rimasti scottati dalle richieste di «un gruppo d'avvocati che avevano chiesto loro un sacco di soldi per i servizi che noi offriamo gratis», e dalla burocrazia.

Cose così non devono capitare, ha chiarito Contri al Pirellone, introducendo insieme al presidente della LFC Alberto Garlandini, al sottosegretario regionale al Cinema Massimo Zanello e a Franco Bocca Gelsi, rappresentante dei produttori indipendenti lombardi, il primo di una serie di seminari rivolti agli operatori che partecipano al nascente sistema «federale» delle Film Commission lombarde. Il Comune di Milano ha rinnovato l'impegno di creare lo sportello unico per i permessi: ora «ce ne vogliono 16 per avere la location, e un mese per sapere se la strada sarà libera. A Torino, quattro giorni». E però l'anno scorso in Lombardia hanno fatto riprese una ventina di produzioni, il quadruplo dell'anno prima, impiegando «per il 50% maestranze locali, il 15% erano studenti usciti dalle nostre scuole», spiega Luigi Zuccotti della Commis-

sion. Tredici i film, tra cui campioni d'incasso come «I soliti idioti» e «Benvenuti al Nord», pari a 11 milioni di euro l'indotto generato (9 su Milano, dove si gira l'80% dell'audiovisivo lombardo), a fronte di una Film Commission che è costata «circa 500 mila euro, un quinto di quella torinese».

MA IL 2012, chiarisce Contri, «sarà diverso», la crisi morde e bisogna puntare sulle produzioni internazionali, in particolare dei mercati emergenti. Cina e Bollywood, strategica per innescare il «cineturismo» sulle orme della Puglia e della Svizzera, cui sono bastate due megaproduzioni per portare 600 mila turisti indiani nelle valli di Heidi. «Il cinema è un'attività industriale, e può essere il petrolio della Lombardia. Anche per le aziende del Made in Italy che col *product placement* possono penetrare i mercati cinese, indiano, sudamericano molto meglio che attraverso la pubblicità tradizionale» giulia.bonezzi@ilgiorno.net

I NUMERI

19

CIAM

Le produzioni che nel 2011 hanno girato in Lombardia. L'anno prima erano cinque

9

MILIONI DI EURO

L'indotto del cinema a Milano, dove si gira l'80% dell'audiovisivo lombardo

50

PER CENTO

La percentuale di maestranze locali utilizzata l'anno scorso. Il 15% viene dalle scuole



SUCCESSI

A sinistra, le pecore in piazza del Duomo: l'immagine del documentario «L'ultimo pastore» ripresa in ottobre ha fatto il giro del mondo. A destra il set di «Benvenuti al Nord», il sequel che sta sbancando il botteghino girato a luglio tra Lodi e Milano



